

# **Gestão, comunicação e meio ambiente: roteiros de charme e as novas perspectivas da comunicação organizacional para o Rio Grande do Norte**

Laís Karla da Silva Barreto\*  
Alípio Ramos Veiga Neto\*\*  
Fernanda Fernandes Gurgel\*\*\*  
Manoel Pereira da Rocha Neto\*\*\*\*

\*Doutora e mestre em estudos da linguagem pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal. RN. Brasil. Contato com a autora: laisbarreto@gmail.com

\*\*Doutor e mestre em psicologia pela Pontifícia Universidade Católica de Campinas. (PUC Campinas). Natal. RN. Brasil. Contato com o autor: alipio.veiga@gmail.com

\*\*\* Doutora em psicologia social pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal. RN. Brasil. Contato com a autora: fernandafgurgel@hotmail.com

\*\*\*\* Doutor e mestre em educação pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte (UFRN). Natal. RN. Brasil. Contato com o autor: manupereira@unp.br

**Resumo:** Falar em comunicação verde representa para as instituições uma questão de estratégia competitiva em todas as áreas, marketing, relações humanas, inovação, eficiência e desenvolvimento de produtos. Saber como as ações de educação ambiental estão sendo construídas e formuladas para os colaboradores, e se estão sendo utilizadas como instrumento de aprimoramento e suporte aos funcionários mais preocupados e comprometidos com o nosso ecossistema passa a ser algo fundamental. Este contexto é tratado aqui por meio do estudo de hotéis do RN vinculados à Associação Roteiros de Charme, que traz nas origens a excelência no empreendimento aliada à preservação e valorização do meio ambiente, promovendo uma consciência nas atividades hoteleiras ambientalmente pertinentes. A importância desse trabalho revela-se por meio da emergente discussão sobre a divulgação de práticas ambientais em empresas hoteleiras de diversos portes.

**Palavras-chave:** Roteiros de charme. Comunicação. Gestão.

**Abstract: Green communication: roteiros de charme association amid consumer and environmental education.** Talking green communication is a matter for the institutions of competitive strategy in all areas, marketing, human relations, operational efficiency and product development. This context is proposed here through an analysis of the RN related to hotels Routes Association of Charm, which brings the origins excellence in allied undertaking the preservation and enhancement of the environment, promoting an awareness in environmentally relevant hotel practices. Knowing how environmental education are being built and made to employees, and are being used as a tool for enhancement and support staff more concerned and committed to our ecosystem becomes fundamental. The importance of this work is revealed through the emerging discussion on the disclosure of environmental practices in hotel companies of various sizes.

**Keywords:** Roteiros de charme. Communication. Management.

Com o delineamento das informações envolvendo o universo das questões ambientais provocadas pelo desgaste da fauna e da flora na modernidade e na pós-modernidade, torna-se de extrema importância o surgimento de estratégias para a boa convivência do homem com seu planeta. A busca à consciência ecológica, nas variadas gamas da sociedade, acaba por envolver também os setores gerenciais e compromete a estrutura organizacional.

As organizações ficam em uma situação conflitante com a necessidade de assumir uma nova postura voltada para a qualidade total nos serviços prestados, em que o perfil profissional dos funcionários e a conduta dos mesmos retribuem suas atividades com qualidade, assim como exigido pelo mercado, estão diretamente ligados à competitividade da instituição.

Nesta ótica, a comunicação organizacional e a gestão ambiental, associadas aos ideais de uma publicidade e propaganda verde aparecem como ferramenta de suporte para as empresas que desejam cuidar melhor do planeta. Há a valorização, por parte dos gestores, da inclusão de condutas direcionadas para as práticas ambientais, buscando atender às exigências dos órgãos de certificação e regulamentação, da esfera governamental e especialmente do consumidor, que é cada vez mais consciente do peso ecológico e social de suas escolhas. Portanto, o universo verde se tornou para as empresas uma questão de estratégia competitiva em todas as áreas.

O construto ambiental acaba sendo favorecido em função da grande relação da hotelaria com os recursos naturais, que necessitam de uso racional, para que seus empreendimentos tenham aumento da produtividade e melhoria da imagem da empresa, entre outros motivos. O surgimento desse novo modelo de agir, com a implantação de práticas ambientalmente corretas é proposta neste estudo por meio de uma análise da gestão ambiental nos hotéis do estado do Rio Grande do Norte vinculados à Associação Roteiros de Charme.

Em princípio, a comunicação organizacional estava direcionada apenas para a eficiência de seus sistemas produtivos, a lucratividade era cuidadosamente tratada, e a padronização do desempenho de seus funcionários deveria obrigatoriamente ser levada em consideração. Desconsideravam os impactos negativos, danosos ao meio ambiente, causados pelo consumo e desperdício desenfreados. Os países desenvolvidos foram os primeiros a serem afetados pelos impactos da Revolução Industrial com o agravamento dos problemas ambientais, que agora, são de alcances planetários (DIAS, 2011). Ao estudarmos Andrade, Tashizawa e Carvalho (2000, p. 11) podemos perceber um texto a nos afirmar que: “O gerenciamento ecológico envolve a passagem do pensamento mecanicista, com seu

capitalismo globalizado, para o pensamento sistêmico. Um aspecto essencial dessa mudança é que a percepção do mundo como máquina cede lugar à percepção do mundo como sistema vivo.” Assim, não podemos analisar o discurso das empresas distante do contexto natural.

Nessa perspectiva, se pararmos para analisar os desgastes para com o meio ambiente e as pessoas envolvidas nesse processo, vemos que a indústria do turismo no mundo inteiro, em particular a hotelaria não foge de maneira alguma à regra. O hotel, assim como outras atividades prestadoras de serviço, ocupa um determinado espaço geográfico e comporta instalações físicas e operacionais que geram resíduos, causando impactos ambientais. Com isso, seus equipamentos e serviços podem provocar efeitos danosos ao meio ambiente, trazendo para o dia a dia de seus negócios a necessidade do gerenciamento ambiental, que apesar de ser um tema recente e inovador, tem promovido transformações significativas na consciência coletiva, aparecendo, assim, como fenômeno de significativa importância para a sustentabilidade das empresas do setor.

No contexto atual, são valorizadas as ações sociais que incluem distribuição mais justa de renda, qualidade de vida, desenvolvimento humano, realização pessoal, entre outras (DONAIRE, 1999). Esse novo paradigma traz para as empresas novos valores em suas gestões. Os novos tempos, segundo Tachizawa (2002) caracterizam-se por uma rígida postura dos clientes, voltados à expectativa de interagir com organizações que sejam éticas, com boa imagem institucional no mercado e que atuem de forma ecologicamente responsável. Os clientes querem consumir de modo diferente.

No contexto turismo, por sua essência diferenciada, fica clara a importância dos empreendimentos hoteleiros ambientalmente responsáveis desenvolverem estratégias para que consigam atingir seus objetivos, uma vez que o produto turístico muitas vezes é a própria natureza. Por esse motivo estabelecer uma comunicação organizacional focada em treinamentos, palestras e investimentos em educação ambiental para os colaboradores estão entre algumas ações realizadas pelas organizações, conquistando funcionários mais dedicados e comprometidos com a preservação e a manutenção Meio Ambiente.

Com isso, Torres (2002) legitima que a aquisição de uma postura diferenciada para obter a credibilidade e aceitação da sociedade e das diversas partes interessadas dentro do universo empresarial e do consumo, além de novas práticas e da publicação anual dos balanços e relatórios sociais e ambientais, as corporações devem buscar certificações, selos e *standards* internacionais na área social e ambiental.

Com pesquisas nacionais minuciosas promovidas e reveladas em dados pelo IBGE para um âmbito local, a cidade do Natal, que se prepara para receber um grande número de turistas nacionais e internacionais com o evento Copa do Mundo de Futebol de 2014, surge como parte integrante dos benefícios da atividade turística. Com o intuito de aproveitar todas as oportunidades geradas por este grande evento, faz-se prudente a utilização de uma postura voltada para a qualificação da cadeia produtiva do setor de hospitalidade, onde estão incluídos os equipamentos de hospedagem. Valorizar os hotéis, em especial aqueles que possuem um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), aparece como um exemplo da mudança na postura ambiental das empresas perante o mercado a fim de atender as novas exigências dos consumidores.

Diante do exposto, foram escolhidos como objeto desta pesquisa empreendimentos hoteleiros vinculados à Associação Roteiros de Charme no Rio Grande do Norte, por possuírem compromisso ambiental e terem como principal objetivo o desenvolvimento de uma convivência harmoniosa com a comunidade e a natureza privilegiada que os envolve. Sabendo que os associados adotam um Código de Ética e Conduta Ambiental criado e implantado pioneiramente no Brasil pela Associação Roteiros de Charme, documento que tem a chancela do Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA).

Empreendimentos da área de hotelaria buscam as certificações ambientais como forma de se adequar a nova proposta de desenvolvimento que contempla o meio ambiente e as gerações futuras. A empresa que não adaptar suas atividades a esse novo conceito sustentável estará fadada a perder competitividade no mercado, pois passa a perceber a necessidade de planejamento prévio para a utilização dos recursos disponíveis na natureza, bem como a diminuição do desgaste pelo consumo humano desordenado.

A utilização de um Sistema de Gestão Ambiental favorece as empresas no âmbito da sua própria sobrevivência, um sinônimo de aperfeiçoamento contínuo, sem que para isso ocorram investimentos caros (CENTENO, 2004). As organizações despontam na competição empresarial ao incorporarem novos conhecimentos, práticas e processos e procuram atrair e manter pessoas que sejam capazes de agir de acordo com essa nova tendência flexível e estratégica. Para Cardoso (2006), as empresas só têm existência a partir dos desejos que o consumidor possui. Não adianta a empresa possuir produtos de boa qualidade se não atender às expectativas do mercado, isto é, se não existirem clientes para adquiri-los. Ainda segundo ele, a comunicação (entre elas “a verde”) passou a assumir função indispensável na conquista do novo padrão empresarial, tornando-se hoje em dia, uma das formas fundamentais para alcançar o consumidor contemporâneo.

Utilizar os recursos naturais de forma racional funciona como um contrato invisível com o meio ambiente. A diminuição do consumo traz à tona o uso consciente de água e energia com a utilização de redutores de fluxo e sensores de presença e também programas de coleta seletiva e parcerias com comunidades para reciclagem de resíduos sólidos, implantação de ações e envolvimento com os *stakeholders*, isto é, seus colaboradores, clientes, planejadores, acionistas, governo e demais instituições que direta ou indiretamente interfiram nas atividades gerenciais e de resultado da organização, são exemplos de atitudes proativas e preventivas que as empresas podem utilizar.

No nosso país, o tema é relativamente recente, mas tem conquistado força quando remetido ao contexto global e ao surgimento das normas e certificações. Segundo Lopes (2006), para sobreviver a mercados dinâmicos e competitivos são necessárias organizações modernas e flexíveis, baseadas na qualidade e voltadas às questões sociais, tanto no seu âmbito interno, como para o externo. Como é o caso das empresas objeto de estudo desta pesquisa, que possuem uma certificação ambiental, o Código de Ética e Conduta Ambiental.

Observam-se as variadas categorias de certificação dentro da Associação Roteiros de Charme refletem distintas práticas ambientais nos empreendimentos pesquisados, tornou-se o foco dessa pesquisa que buscou responder a seguinte pergunta: como ocorre a gestão ambiental nas empresas hoteleiras do RN vinculadas à Associação Roteiros de Charme? Nesse contexto surgem novas questões: quais as ações de gerenciamento ambiental praticadas pelas empresas brasileiras? Quais os conhecimentos dos gestores sobre as questões ambientais? Como são comunicados os conhecimentos aos colaboradores para o desenvolvimento das práticas ambientais? Os diferentes níveis de certificação refletem diferentes práticas?

A relevância desse trabalho, para o mercado, constitui-se por meio da discussão urgente sobre a inerência de práticas ambientais em empresas hoteleiras de diversos portes. Nas nossas leituras, vemos na linguagem de Ferrari (2006) apontamentos que destacam as práticas ambientais associadas a uma construção de ações relacionadas ao uso racional de água e de energia devido ao elevado consumo do bem natural; ao controle do descarte das águas residuárias e emissões gasosas; à destinação correta de resíduos sólidos; aos programas de educação ambiental; à preferência de fornecedores que distribuam produtos ambientalmente corretos; ao cumprimento da legislação ambiental; entre outras que devem racionalizar o consumo.

Como contribuição científica, a análise das práticas ambientais em empreendimentos hoteleiros, representa uma área de investigação de extrema importância, tendo em vista os resultados das pesquisas realizadas sobre os impactos gerados pelas atividades do setor e como eles podem trazer diversos prejuízos à natureza. Neste sentido, o presente trabalho surge como base documental para outras pesquisas referentes à temática.

Portanto, podemos afirmar que a produção de conhecimento sobre a gestão ambiental na hotelaria apresenta-se como fonte relevante de pesquisa aos que prestam serviços de hospedagem e desejem implantar um sistema de gerenciamento ambiental, que além de tornar-se instrumento para a conquista de novos clientes, promove o aumento da produtividade e a melhoria da imagem institucional no mercado.

O abuso do consumo gerado e o mau uso desses recursos naturais por parte dos seres humanos acabou por fazer surgir os diversos problemas ambientais que se intensificaram ainda mais com a globalização na era pós Revolução Industrial. Com isso, a ameaça à sobrevivência humana traz para o cenário a questão ambiental, que passa a ocupar lugar de destaque nos debates internacionais. Percebeu-se que o planeta é finito e está em vias de saturação, por isso tomar decisões corretas é fundamental (BARBIERI, 2007).

Mesmo o modelo atual de desenvolvimento sendo capitalista, visando o lucro máximo, percebeu-se que este não é sustentável ao longo dos anos. Essa situação suscita uma mudança de paradigma dos indivíduos, da sociedade e das organizações, fazendo do gerenciamento ambiental uma forma das empresas se constituírem como competitivas no mercado, ou até mesmo de possibilitarem a sua própria existência. Tudo voltado para o aprimoramento de seu produto, adaptando-o à nova realidade do mercado global e corretamente ecológico (*op. cit.*).

Assume-se então que as reservas naturais são finitas e que as soluções ocorrem através de tecnologias mais adequadas ao meio ambiente. A partir da preocupação com os problemas ambientais do planeta surgem as primeiras discussões sobre a questão ambiental. Os desastres naturais que os seres humanos vêm enfrentando nos últimos tempos, em função da excessiva contaminação do meio ambiente funcionam como um sinal vermelho do planeta, que clama por cuidados. Nesse sentido, Dias (2011, p. 15) nos apresenta que:

(...) os problemas ambientais serviram para alertar os seres humanos do grave perigo que estava ocorrendo. Mas foi somente na segunda metade do século XX que se deu início a um movimento global, que se traduziu em inúmeros encontros, conferências, tratados e acordos assinados pelos países do mundo.

Ha poucos anos, acompanhamos pelos diversos meios de comunicação o desenvolvimento da Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável, a Rio+20, realizada de 13 a 22 de junho de 2012, na cidade do Rio de Janeiro. A Rio+20 fincou os festejos dos 20 anos de ocorrência da Conferência das Nações Unidas sobre Meio Ambiente e Desenvolvimento (Rio-92) e solidificou toda a programação do agendamento em prol da sustentabilidade para os próximos anos.

Neste evento ficou proposto o processo de avaliação das práticas ambientais já realizadas, bem como foram observadas as lacunas existentes para com a temática e desenvolvido o levantamento de conteúdos novos e suas práticas associadas às questões do meio ambiente com possibilidade de implementação e concretização dos ideais.

Em suma, a Conferência abriu espaço para dois grandes eixos: a economia verde no contexto do desenvolvimento sustentável e da erradicação da pobreza; e a estrutura institucional para o desenvolvimento sustentável. Também foi observada durante a Rio+20, a existência de três grandes momentos: a III Reunião do Comitê Preparatório, onde representantes do governo puderam discutir a respeito da aplicabilidade dos documentos sugeridos para conferência e planejar todos os encaminhamentos dos Diálogos para o Desenvolvimento Sustentável. É importante ressaltar que ocorreu ainda o Segmento de Alto Nível da Conferência, pelo qual se ratificou a participação de inúmeros representantes dos diversos Estados e chefes de Governo dos países-membros das Nações Unidas (RIO+20, 2012).

Diante disso, ressalta-se a relevância da Associação Roteiros de Charme em seus cuidados com o meio ambiente, sendo esta uma das poucas do segmento hoteleiro a participar do evento. Ela foi convidada para debater a respeito das principais dificuldades enfrentadas pelo setor e sugerir possíveis estratégias para superá-las no Congresso *Green Innovation in Tourism*, que aconteceu dentro da programação da Rio+20 (ROTEIROS, 2012).

A partir dos estudos a respeito do desenvolvimento sustentável, Dias (2011, p. 33) comenta que “essa nova realidade implica numa radical mudança de atitude por parte das organizações do setor privado e público da economia, que têm cada vez mais de levar em conta a opinião pública quando se trata de questões ambientais”.

Faz aparecer então um dos parâmetros mais viáveis que estabelece a necessidade de um equilíbrio entre as ações e resultados econômicos, ambientais e sociais das organizações. Ou seja, uma organização sustentável precisa ser economicamente lucrativa, ambientalmente

correta e socialmente responsável, expressando uma visão multidimensional da sustentabilidade (DIAS, 2011).

O desenvolvimento da consciência ecológica em diferentes camadas e setores da sociedade mundial acaba por envolver também o setor empresarial, que cada vez mais se conscientiza da importância da gestão responsável dos recursos naturais (KRAEMER, 2005). Ainda segundo a autora, as empresas de hoje são agentes transformadores que exercem grande influência sobre os colaboradores, os parceiros, a sociedade e o meio ambiente. Assim, para a empresa garantir a satisfação dos consumidores ela terá, cada vez mais, que fornecer respostas coerentes, reconhecendo a crescente sensibilidade do mercado às temáticas como a sustentabilidade e empenhando-se em atingir resultados positivos a favor do meio ambiente (*op. cit.*).

É nesse momento em que a questão ambiental passa a ser incorporada às organizações, e as práticas ambientais passaram a fazer parte da gestão estratégica das empresas. Neste sentido, Schenini, Lemos e Silva (2004), explicam que as ações em prol do desenvolvimento sustentável adotadas pelas empresas em busca das vantagens que surgem desse processo são comumente chamadas de Gestão Ambiental.

Neste contexto, Barbieri (2007, p. 25) define a Gestão Ambiental como:

(...) as diretrizes e as atividades administrativas e operacionais, tais como, planejamento, direção, controle, locação de recursos e outras realizadas com o objetivo de obter efeitos positivos sobre o meio ambiente, quer reduzindo ou eliminando os danos ou problemas causados pelas ações humanas, quer evitando que eles surjam.

Ainda segundo Barbieri (2007, p. 113), a solução ou a minimização dos problemas ambientais “exige uma nova atitude dos empresários e administradores, que devem passar a considerar o meio ambiente [...] espera-se que as empresas deixem de ser problemas e façam parte das soluções”. Para o autor, essa mudança de postura das empresas é influenciada por três tipos de forças que se relacionam reciprocamente: o governo, a sociedade e o mercado.

Sobre a temática, Dias, Zavaglia e Cassar (2003, p. 238) dizem que a “gestão ambiental é a expressão utilizada para se denominar a gestão empresarial que se orienta para evitar, na medida do possível, problemas para o meio ambiente”. Os autores comentam ainda que a gestão ambiental funciona como ferramenta para um desenvolvimento industrial sustentável, podendo ser aplicada em organizações de qualquer tamanho e em qualquer setor (*op. cit.*).

Corroborando com as ideias apresentadas, Donaire (1999), compreende a gestão ambiental como uma ferramenta de qualidade, excelência e gestão da imagem para uma organização, que não só sustenta parte da responsabilidade da empresa perante a sociedade, como também é um fator de competitividade.

E de acordo com Maimon (1999, p. 8) a gestão ambiental é definida como: “um conjunto de procedimentos para gerir ou administrar uma organização na sua interface com o meio ambiente. É a forma pela qual a organização se mobiliza, interna e externamente, para a conquista da qualidade ambiental desejada”.

Denota-se que a implantação de um gerenciamento ambiental necessita da utilização de instrumentos, ou seja, ferramentas ou meios para alcançar determinados objetivos que contemplem as questões relativas ao meio ambiente (BARBIERI, 2007), pois, percebe-se que à medida que a gestão ambiental comprova suas vantagens para as empresas surgem novos instrumentos que as orientam para este tipo de procedimento.

Para alcançar a gestão ambiental, os empreendimentos ecologicamente responsáveis, segundo Barbieri (2007), podem fazer uso dos seguintes instrumentos: auditoria ambiental, avaliação do ciclo de vida, estudos de impactos ambientais, sistemas de gestão ambiental, relatórios ambientais, rotulagem ambiental, gerenciamento de riscos ambientais e educação ambiental empresarial.

Neste sentido, foram abordados dois instrumentos: o sistema de gestão ambiental e a educação ambiental empresarial, tendo em vista que “por seu caráter horizontal podem ser aplicados em qualquer empresa independente de seu porte e setor de atuação” (BARBIERI, 2007, p. 149).

Sabendo-se que as empresas são as principais causadoras dos problemas ao meio ambiente, visto que foi a partir da Revolução Industrial que os recursos começaram a se utilizados de forma predadora, incorporar variáveis ambientais auxilia as organizações a controlar os danos ecológicos causados pela prestação de seus serviços, uma vez que atenua significativamente os impactos ambientais, além de gerar bons resultados para o empreendimento.

Neste sentido, segundo Kraemer (2003, p. 2):

Esta incorporação se desenvolve eficientemente mediante a inclusão junto ao sistema de gestão geral da empresa, conhecida como Sistema de Gestão Ambiental, que deve instrumentar-se mediante os meios e estruturas necessárias para que não fique só como uma mera declaração de intenções.

Desta forma, a comunicação em torno de um Sistema de Gestão Ambiental (SGA), bem implantado, tende a priorizar e proporcionar melhorias constantes nos custos das empresas. A proposta viabiliza racionalizar a aquisição e utilização de insumos e matérias-primas, contratação de serviços e o uso de recursos naturais. Assim, a proposição é de melhoria contínua dos processos de comunicação e política ambiental geral da empresa.

No que consiste à definição de um SGA, Dias (2011, p. 104) compreende que: “é o conjunto de responsabilidades organizacionais, procedimentos, processos e meios que se adotam para a implementação de uma política ambiental em determinada empresa ou unidade produtiva”. O autor explica que é um método que as organizações adotam para alcançar e se manter em funcionamento de acordo com determinadas normas estabelecidas, assim como para atingir objetivos prescritos em sua política ambiental (DIAS, 2011).

Barbieri (2007, p. 153) segue a mesma linha de raciocínio e define SGA como “um conjunto de atividades administrativas e operacionais inter-relacionadas para abordar os problemas ambientais atuais ou para evitar o seu surgimento”. Ainda segundo Barbieri (*op. cit.*) “um dos benefícios da criação de um SGA é a possibilidade de obter melhores resultados com menos recursos, em decorrência de ações planejadas e coordenadas”. O autor comenta também que uma das vantagens de um SGA é proporcionar “a possibilidade de integrar a gestão ambiental à gestão global da organização, tornando mais eficazes as ações em todas as áreas e níveis de decisões, pois evitam esforços duplicados ou conflitantes” (BARBIERI, 2007, p. 179).

No âmbito do setor hoteleiro, segundo Schenini, Lemos e Silva (2004, p. 3), percebe-se que a adoção de um SGA:

Oferece significativa contribuição para a solução de problemas ambientais, além de tornar-se infalível instrumento para a conquista de clientes que valorizam o meio ambiente, já que no seguimento hoteleiro os hóspedes preocupam-se em saber se o hotel possui além de algum Sistema de Gestão da Qualidade a intenção de implementar ou se, até mesmo, já possui um Sistema de Gestão Ambiental.

Uma vez colocado em prática o SGA, as empresas podem ter acesso a selos ambientais, que autenticam práticas utilizadas. Para Dias (2003), a melhor forma de diferenciar os produtos e serviços ambientalmente corretos é a aquisição de um selo ambiental que deve ser vinculado a um sistema de certificação amplamente aceito. Neste contexto, esta pesquisa trabalhou como exemplo de SGA a Associação Roteiros de Charme, que se constitui como um selo ambiental para empreendimentos hoteleiros no Brasil.

A valorização das estratégias em torno do investimento humano de alto nível é fundamental para que as empresas envolvidas com a questão ambiental consigam alcançar seus objetivos oferecendo serviços que superem as expectativas dos clientes. Sabe-se também que as empresas, tanto aquelas que desejam implantar quanto as que já implantaram um SGA, pouco a pouco percebem a necessidade de trabalhar e promover a Educação Ambiental com seus colaboradores, que devem fazer parte desse processo, contribuindo com suas experiências, opiniões e críticas para construir assim o caminho da aprendizagem.

Nesta perspectiva, Fritzen e Molon (2008, p. 27) nos provam que “se é verdade que não se começa uma implantação de SGA sem a vontade da alta administração da empresa, também é fato que o êxito do SGA depende da participação de todos os funcionários”. No entanto, de maneira equivocada, algumas empresas repassam aos seus funcionários procedimentos padrões, aos quais estes não compreendem e por isso não são capazes de questionar a mudança de foco para um gerenciamento ambiental.

Ao analisarmos o contexto histórico, é a partir da conferência Rio-92 que nasce o primeiro Tratado de Educação Ambiental, denominado Tratado de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis e Responsabilidade Global (TEASS), reafirmando de modo contínuo o conceito de Educação Ambiental para Sociedades Sustentáveis (EASS). Este construto, bem como as recomendações da Declaração da Conferência Internacional de Tbilisi de 1977 constituem e comunicam a base fundamental dos conceitos da EA que se busca alcançar em todo o planeta (PEDRINI; PELLICCIONE, 2007).

Neste panorama, a Declaração da Conferência Internacional de Tbilisi define Educação Ambiental como:

(...) um processo de reconhecimento de valores e clarificações de conceitos, objetivando o desenvolvimento das habilidades e modificando as atitudes em relação ao meio, para entender e apreciar as inter-relações entre os seres humanos, suas culturas e seus meios biofísicos.

Para a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) e para o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (PNUMA) a educação ambiental é um processo contínuo em que os indivíduos e as comunidades se conscientizam a respeito do meio ambiente em que vivem, ganhando experiências, habilidades, conhecimentos, valores e determinação para atuar, individual ou coletivamente, na busca de resolução para os problemas ambientais tanto presentes quanto futuros (UNESCO; UNEP, 1988).

Assim, um olhar aprofundado sobre a educação ambiental empresarial se caracteriza como uma nova maneira de pensar sustentável por parte das empresas e de seus colaboradores, que devem compreender a verdadeira importância das questões ambientais que vão além das exigências das normas de certificação. Focar nas partes estratégicas, humana e comportamental das organizações, no que tange à educação ambiental e seus princípios, para direcionar ações educativas na promoção do desenvolvimento de uma sociedade de consumo mais justa, ecologicamente correta e economicamente viável, atingindo assim o objetivo proposto para sociedades sustentáveis.

### Referências

- ANDRADE, Rui Otávio Bernardes de; TASHIZAWA, Takaeshy; CARVALHO, Ana Barreiros de. **Gestão ambiental: enfoque estratégico aplicado ao desenvolvimento sustentável**. São Paulo: Makron books, 2000.
- BARBIERI, José Carlos. **Gestão ambiental empresarial: conceitos, modelos e instrumentos**. 2 ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- CARDOSO, Onésimo de Oliveira. **Comunicação empresarial versus comunicação organizacional: novos desafios teóricos**. Rev. Adm. Pública, Rio de Janeiro, v. 40, n. 6, nov./dez. 2006.
- CENTENO, Cláudia Rodrigues. **Gestão ambiental em meios de Hospedagem**. Porto Alegre: Centro Universitário Metodista – IPA, 2004.
- DIAS, Reinaldo. **Gestão ambiental: responsabilidade social e sustentabilidade**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2011.
- \_\_\_\_\_. **Turismo sustentável e meio ambiente**. São Paulo: Atlas, 2003.
- \_\_\_\_\_; ZAVAGLIA, Tércia; CASSAR, Maurício. **Introdução à administração: da competitividade à sustentabilidade**. Campinas: Alínea, 2003.
- DONAIRE, Denis. **Gestão ambiental na empresa**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- FRITZEN, F. M.; MOLON, S. I. Educação ambiental e a norma ISO 140001: o processo de capacitação sob a perspectiva do público interno, 2008. *In*: PEDRINI, A de G. **Educação Ambiental Empresarial no Brasil: uma análise exploratória da sua qualidade conceitual**. Mundo e Vida. Niterói, v. 8, n. 1, 2007.
- KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Responsabilidade social: uma alavanca para sustentabilidade**. 2005. Disponível em: <[www.ambientebrasil.com.br](http://www.ambientebrasil.com.br)>. Acesso em 29 jan. 2011.

MAIMON, Dália. **ISO 14000**: passo a passo da implementação nas pequenas e médias empresas. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

PEDRINI, A. de G.; PELLICCIONE, N. B. B. **Educação Ambiental Empresarial no Brasil**: uma análise exploratória da sua qualidade conceitual. Mundo e Vida. Niterói, v. 8, n.1, 2007.

RIO+20, Conferência das Nações Unidas sobre Desenvolvimento Sustentável. **Sustentabilidade na Rio+20**: turismo sustentável. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: <[www.rio20.gov.br](http://www.rio20.gov.br)>. Acesso em 15 jul. 2012.

ROTEIROS de Charme. **Descubra o Brasil com Roteiros de Charme**. Disponível em: <[www.roteirosdecharme.com.br](http://www.roteirosdecharme.com.br)>. Acesso em 7 abr. 2012.

SCHENINI, Pedro Carlos; LEMOS, Renato Nunes; SILVA, Fernando Amorin da. **Sistema de Gestão Ambiental no Segmento Hoteleiro**. Rio de Janeiro, 2004. Disponível em: <[www.propi.uff.br](http://www.propi.uff.br)>. Acesso em 2 jun. 2009.

TACHIZAWA, Takeshy. **Gestão ambiental e responsabilidade social corporativa**: estratégias de negócios focadas na realidade brasileira. São Paulo: Atlas, 2002.

TORRES, C. *et al.* **Quando o social é a diferença**. 2002. Disponível em: <[www.base.br](http://www.base.br)>. Acesso em 26 jun. 2011.

UNESCO & UNEP. **International strategy for action in the field of environmental education and training for the 1990s**. Nairobi; Paris: UNESCO/UNEP, 1988.

Recebido: 15 março 2014

Aprovado: 20 maio 2014